

БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ
И СОЦИАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

КАФЕДРА УПРАВЛЕНИЯ НЕДВИЖИМОСТЬЮ

ДОПУЩЕНА К ЗАЩИТЕ
Заведующий кафедрой
_____ Т.В. Борздова
«__» _____ 2014 г.

ДИПЛОМНАЯ РАБОТА

**ФОРМИРОВАНИЕ КОНКУРЕНТНОЙ ПОЗИЦИИ
ОРГАНИЗАЦИИ В ОБЛАСТИ СТРАХОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Выполнила
студентка 5-го курса
специальности «Менеджмент»

_____ О. В. Пинхасов

Научный руководитель
заведующий кафедрой управления недвижимостью
канд. техн. наук, доцент

_____ Т. В. Борздова

Рецензент
ассистент кафедры бухгалтерского учета,
анализа и аудита в отраслях народного хозяйства
Белорусского государственного экономического университета

_____ Л. В. Глотова

Ответственный за нормоконтроль
доцент

_____ Т. В. Борздова

Минск 2014

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	4
ГЛАВА 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОНКУРЕНТНОЙ ПОЗИЦИИ ОРГАНИЗАЦИИ.....	7
1.1 Конкурентная среда организации.....	7
1.2 Конкурентная стратегия организации.....	13
1.3 Формирование конкурентной позиции организации.....	17
ГЛАВА 2 АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СТРАХОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ И ЭФФЕКТИВНОСТИ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ПРИМЕРЕ КОМПАНИЙ «GEICO» И «STATE FARM INSURANCE».....	23
2.1 Маркетинг в области страхования. Общая характеристика страховых компаний «Geico» и «State Farm Insurance».....	23
2.2 Анализ конкурентоспособности и SWOT-анализ компаний «Geico» и «State Farm Insurance».....	29
ГЛАВА 3 СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ФОРМИРОВАНИЯ КОНКУРЕНТНОЙ ПОЗИЦИИ СТРАХОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ...	39
3.1 Анализ страхового рынка Республики Беларусь: показатели деятельности страховых компаний в 2013 году.....	39
3.2 Отдельные показатели деятельности страховых организаций Республики Беларусь на 1 февраля 2014 года.....	42
3.3 Белорусский опыт по формированию конкурентной позиции страховой организации на примере Белорусского республиканского унитарного страхового предприятия «Белгосстрах».....	44
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	56
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.....	59
ПРИЛОЖЕНИЕ А.....	63

ВВЕДЕНИЕ

Ускорение изменений в окружающей среде, появление новых потребностей у клиентов, рост конкуренции за ресурсы, развитие информационных сетей, делающих возможным быстрое распространение и получение информации. Широкая доступность современных технологий, а также ряд других причин привели к возрастанию значения стратегического управления на рынке.

В современных условиях практически на всех рынках существует конкуренция. Каждому предприятию необходимо определить свое положение среди конкурентов, осуществляющих свою деятельность на том или ином рынке. Сегодня вопрос конкурентной позиции организации актуален, поскольку в постоянно изменяющихся рыночных условиях предприятию необходимо четко представлять свое положение на рынке.

Конкуренция между организациями является мощным фактором реального роста продаж. Вместе с тем, в реальных условиях международной экономики в процессе деятельности новых экономических структур повышается фактор неопределенности и увеличивается коммерческий риск, связанный с предоставлением услуг, товарно-денежными операциями, коммерцией. Поэтому организациям необходимо контролировать динамику рынка, уровень и специфику конкуренции между организациями, предоставляющими аналогичные услуги потребителям.

Успех фирмы на конкурентном рынке во многом зависит от того, удалось ли разгадать маркетинговую политику конкурента, предвидеть его действия на рынке. Маркетинговая деятельность немыслима без оценки конкурирующих предприятий, формы и интенсивности конкуренции. В комплексе контролируемых сил и факторов микросреды маркетинга конкуренты занимают особое место, так как контроль проявляется в форме конкурентной борьбы. Поэтому удачная разработка конкурентной стратегии предприятия очень важна для наиболее эффективной деятельности предприятия в условиях рынка.

Актуальность выбранной темы дипломной работы состоит в том, что современная жизнь требует от субъектов экономических взаимоотношений проведения глубокого анализа протекающих на рынке процессов, чтобы обеспечить эффективное использование наличных ресурсов и качественное удовлетворение потребительских требований. Конкурентный рынок стимулирует производителей выпускать товары с минимальными издержками (оптимально использовать имеющиеся у предприятия ресурсы), формирует условия для выпуска только тех товаров, которые необходимы обществу и пользуются спросом. Иными словами, конкурентный рынок

можно рассматривать как наиболее эффективную модель организации хозяйственной жизни. Для современной конкуренции характерны техническое превосходство, качество и надёжность, инновационность продукции. Конкуренция должна заинтересовать предпринимателей, нацеливать производство на удовлетворение рыночного спроса, а через него – на меняющиеся потребности, повышение качества продукции. В данном аспекте маркетинговые исследования, представляющие собой систематический сбор, регистрацию и анализ данных по проблемам, относящимся к рынку товаров, незаменимы при принятии управленческих решений. В ходе маркетинговых исследований определяется весь комплекс побудительных факторов, которыми потребители региональных рынков руководствуются при выборе товаров; дается оценка данных, необходимых для обеспечения конкурентного преимущества на рынке; определяются пути сотрудничества и кооперации с возможными конкурентами.

Целью данной дипломной работы является определение конкурентной позиции организации в области страховой деятельности, а также разработка предложений по совершенствованию процесса формирования ее конкурентной позиции.

Исходя из поставленной цели, можно сформулировать следующие основные задачи исследования:

- проанализировать теоретико-методологические основы формирования конкурентной позиции;
- провести анализ конкурентоспособности предприятий в области страховой деятельности и эффективности их маркетинговой деятельности;
- проанализировать различные современные методы анализа среды предприятия для формирования в последующем конкурентной позиции организации в области страховой деятельности;
- определить пути и перспективы совершенствования процесса формирования конкурентной позиции предприятия.

Объектом исследования в дипломной работе являются страховые предприятия в США и Республике Беларусь. В частности, «Geico» и «State Farm Insurance», а также Белорусское республиканское унитарное страховое предприятие «Белгосстрах».

Предметом исследования являются особенности процесса формирования конкурентной позиции организации в области страховой деятельности.

Основными источниками информации при написании дипломной работы послужили нормативные и правовые акты Республики Беларусь и США, учебная литература по исследуемой тематике, материалы периодической печати, официальные сайты предприятий.

Дипломная работа состоит из введения, трех глав и заключения.

Во введении обосновывается выбор темы дипломной работы, ее актуальность, определяются цели, задачи, объект и предмет исследования, а также практическая значимость исследований.

В первой главе рассмотрены понятие, сущность и методы конкуренции; понятие, сущность, виды и типы конкурентной позиции; конкурентные силы М. Портера.

Вторая глава посвящена вопросам анализа деятельности предприятий в страховой области США – «Geico» и «State Farm Insurance».

В третьей главе проводится анализ белорусского опыта по формированию конкурентной позиции страховой организации, а также рассматриваются перспективы совершенствования формирования конкурентной позиции страховой компании Белорусское республиканское унитарное страховое предприятие «Белгосстрах».

В заключении подводятся итоги исследования, формируются основные выводы по совершенствованию процесса формирования конкурентной позиции предприятий в области страховой деятельности.